

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

PUC-SP

**Faculdade de Economia, Administração, Contábeis e
Atuariais – FEA**

Curso de Administração



MODELO DE NEGÓCIO – SPOT

Daniel Barroso

Derek Brian

São Paulo/SP

2023

Daniel Barroso

Derek Brian

MODELO DE NEGÓCIO – SPOT

Plano de negócio entregue ao curso de Administração da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como pré-requisito para aprovação, sob orientação do professor Augusto Caramico.

São Paulo/SP

2023



PUC-SP
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Secretaria de Administração Escolar

TRABALHO FINAL DO CURSO

DADOS DO ALUNO	
NOME: DEREK BRIAN FARIAS DE SOUZA	MATRÍCULA: RA0022826
CURSO: Administração	ANO DE INGRESSO: 2019

TIPO DE TRABALHO
() MONOGRAFIA
() PRODUÇÃO E APRESENTAÇÃO DO TRAB. DE CONCLUSÃO DO CURSO - BACHARELADO
() PRODUÇÃO E APRESENTAÇÃO DO TRAB. DE CONCLUSÃO DO CURSO - LICENCIATURA
() PROJETO DE CENA
() PROJETO MONOGRÁFICO
(X) TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO
() OUTRO:

DADOS DO TRABALHO	
TÍTULO: PLANO DE NEGÓCIOS - SPOT	
ORIENTADOR: Prof. Dr. Augusto Felipe Caramico dos Santos	
COMISSÃO EXAMINADORA	
PROF. 1: Não se aplica	
PROF. 2: Não se aplica	
PROF. 3: Não se aplica	
DATA DA APRESENTAÇÃO: Não se aplica	NOTA:

PROFESSOR ORIENTADOR DO TRABALHO	
OBSERVAÇÕES:	
DATA:	ASSINATURA:

Formulário SAE 05 – Versão 01 – 24/07/13

Regulamentação:

- Projetos Pedagógicos dos Cursos

Para uso da SAE
Obs.: _____

Data: ____/____/____ Assinatura: _____

Rua Ministro Godoy, 969 – Perdizes – São Paulo – SP – CEP: 05015-001 – Tel.:
(11) 3670-8484 E-mail: sae@pucsp.br

Sumário

INTRODUÇÃO	5
Descrição da Empresa	6
Análise do Ramo	7
Mercado alvo	8
Concorrência	11
Marketing e Estratégias de Vendas	13
Modelo Canvas SPOT	16
Operações	16
Administração e Organização	23
Plano de saída e de desenvolvimento	25
Análise Financeira	27
Referências Bibliográficas	33

INTRODUÇÃO

No trabalho a seguir, vamos abordar a ideia criada para elaboração do plano de negócio, se constituindo de um aplicativo que busca auxiliar e servir como facilitador para nossos clientes de acharem vagas para estacionar seus carros de maneira segura e barata. Focando em ajudar ambas as partes quem usufrui e quem fornece o espaço e ou serviço. De forma que o locador da vaga poderá gerar uma renda extra em cima de um espaço inutilizado e o locatário poderá encontrar uma vaga disponível facilmente na região de preferência.

Descrição da Empresa

2.1 Nome constituição legal da empresa

SPOT

2.2 Missões ou objetivos da empresa

Nosso aplicativo tem o objetivo de facilitar a busca por vagas de estacionamento dos clientes com a diminuição da fricção no processo de procurar uma vaga (seja mensalista ou momentânea), achar uma que atende suas necessidades e ao realizar o pagamento de acordo com o uso.

2.3 Nomes dos principais executivos

CEO's: Derek Brian e Daniel Barroso

2.4 Localização e informações geográficas

(Sem uma localização definida no momento, possivelmente alguma sala de escritório em São Paulo em um polo tecnológico)

2.5 Estágio de desenvolvimento da empresa

A empresa se encontra no estado inicial de desenvolvimento, realizando pesquisas de mercados, concorrentes, tecnologia necessária, viabilidade de negócio, mão de obra e custo da operação.

2.6 Produtos ou serviços da empresa

O aplicativo terá foco no serviço de locação de vagas, onde proprietários de vagas inutilizadas poderão disponibilizá-las no aplicativo. Assim, pessoas interessadas em estacionar o carro na região poderão selecionar o espaço de maior conveniência e efetuar o aluguel.

2.7 Informações específicas do negócio

Basicamente nosso aplicativo pode ser definido como uma atividade intermediária entre o proprietário da garagem e o dono do veículo. Logo, o principal serviço

oferecido da plataforma, no caso dos locatários, é a oferta de vagas de garagem disponíveis na região de São Paulo. Já no caso dos locadores a principal atividade é a disponibilização de vagas para aluguel.

Todos os processos serão desenvolvidos por meio do aplicativo estruturado com todas as funções descritas anteriormente. Os pagamentos também será um dos intermédios da SPOT, assegurando o recebimento do valor para o locador, e da segurança dos dados fornecidos pelo locatário (cartão de crédito) através de parcerias com plataformas de pagamentos como a EBANX.

2.8 Missão, Visão e Valores

Missão resolver dois problemas da sociedade ao mesmo tempo, um no quesito de possuir uma vaga inutilizada, e por outro lado diminuir a dificuldade de localizar uma vaga em determinada região.

Visão Se tornar uma das líderes do mercado e promover segurança

Valores: Segurança, Honestidade, Comprometimento, facilitar

Análise do Ramo

3.1 Mercado

Antes mesmo de falar sobre os critérios para a elaboração de nossa empresa, temos que dizer como funciona sua área de atuação. Nossa empresa fundamenta-se em um sistema de Economia Compartilhada, que parte de um pressuposto de consumo colaborativo, algo tão antigo quanto nos humanos, ultimamente atrelados a negócios tecnológicos, muita pela evolução que ocorreu em 1990 quando esse sistema de Economia ficou popular. Muito porque notamos que a tecnologia serve como uma ferramenta para tornar viável a comercialização seja de bem ou serviço entre quem tem a quem deseja.

Nossa empresa se instala no meio termo dessa forma de economia Peer To Peer (Pessoa Para Pessoa) para intermediá-las e fazer com que ambas as partes, a quem tem o bem ou serviço chegue a quem quer eles, de forma mais próximas umas das outras. Porém para

sermos considerados colaborativos não podemos lucrar com o trabalho dos outros, mas podemos vender espaço publicitário, vender aplicativo ou até a forma em que nossa empresa opera de cobrar taxas sobre o serviço prestado, com isso seguimos um modelo peer to business.

Temos como referência para esse sistema de negócio o Uber, um aplicativo que faz a ligação entre quem quer o serviço de transporte urbano a um de seus colaboradores, cobrando um percentual sobre o valor da viagem. Na Spot seguiríamos com essa mesma premissa de negócio, sendo a empresa que vai ligar as vagas de garagem em condomínios de prédio ou casas às pessoas ou empresas que precisam estacionar seu carro em lugar rápido e seguro, cobrando um percentual no valor final do aluguel da vaga.

3.2 Análise SWOT

- **Forças** - Alta demanda na cidade de São Paulo, Qualidade do serviço, Alta quantidade de vagas por toda a cidade, Aplicativo dinâmico e intuitivo
- **Fraquezas** - Nicho de classe social, recente no mercado, Mão de obra especializada para desenvolvimento.
- **Oportunidades** - Serviço diferencial no mercado, oferecer uma renda extra aos locatários disponibilizando a vaga não utilizada no aplicativo,
- **Ameaças** - Mudanças políticas, concorrentes, Consumidores e parceiros conservadores

Mercado alvo

4. Dados Demográficos e Socioeconômicos

Para estimativa de demanda utilizamos dados da Federação Nacional de Distribuição de Veículos Automotores (Fenabreve) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Segundo os dados apurados, podemos fazer uma relação de causalidade com os índices de desemprego, conforme a planilha abaixo:

	Desemprego	Nº de carros s/vaga em apartamentos	PI
2016	11.760.000,00	314.916,64	274.270,00
2017	13.230.000,00	326.478,02	424.357,00
2018	12.800.000,00	362.846,16	380.454,00
2019	12.600.000,00	392.295,06	360.034,00
2020	13.400.000,00	420.443,41	441.714,00
2021	14.400.000,00	608.737,28	543.814,00
2022	11.800.000,00		278.354,00
R²	0,70		
Demanda atual	2.425.716,58		
Vagas disponiveis	500.000,00		
demanda reprimida	1.925.716,58		
Demanda 2022	278.354,00		

Analisando os dados mais de perto, podemos notar um coeficiente de correlação (R^2) forte, o que fundamenta nossa análise de demanda. Além disso, podemos observar uma demanda reprimida de aproximadamente 1,9 milhões de automóveis sem vagas de garagens, com uma previsão de um aumento de 300 mil automóveis em 2022.

4.2 Estilo de Vida

Locadores de garagem

- Proprietários de imóveis com garagens;
- Moradores de toda a região metropolitana de São Paulo;
- Homens e mulheres entre 30 e 60 anos;

Locatários de apartamentos:

- Homens e mulheres entre 26 e 45 anos;
- Predominância de renda acima de 5 mil reais;

- Jovens conectados à internet.
- Motoristas de empresas (telecomunicação, manutenção, etc)

4.3 Padrões de Compras

Podemos perceber que hoje em dia a indústria de plataformas digitais cresce cada vez mais ano após ano, e podemos notar também que as pessoas estão ficando mais interessadas em soluções nas plataformas digitais por conta da praticidade. Por mais que a IDC (International Data Corporation) aponte que houve uma queda de 10% a 15% na venda de smartphones na América Latina por conta da COVID-19, o uso de aplicativos cresceu de 30% a 400% dependendo do estado, segundo Adriano Santos (especialista em desenvolvimento de software). Outro ponto importante a se destacar é o aumento de novos prédios na cidade de São Paulo, segundo levantamento de 2021 foram lançados 41.797 unidades de janeiro a agosto, um aumento de cerca de 106% em relação ao mesmo período do ano anterior.

4.4 Fatores Decisivos para compras

Quando nos referimos a fatores decisivos de compra de um determinado consumidor, estamos nos referindo diretamente ao comportamento dele. O que irá levá-lo a de fato efetuar a compra. No caso do SPOT, as pessoas irão procurar nosso serviço com o objetivo de solucionar um problema imediato de falta de vaga, logo um dos principais fatores que irão incentivar a compra será a necessidade de estacionar seu veículo com uma certa urgência. Outro fator de extrema importância, dessa vez relacionado ao estado, é o grande número de veículos presentes na capital que conseqüentemente faz com que não seja fácil achar vagas pela cidade. Como a ideia do projeto gira em torno de um grande nível de praticidade para achar a vaga e efetuar a reserva através da parceria com aplicativo WAZE para o uso de seu mapa, onde o consumidor poderá simplesmente selecionar a vaga que deseja e efetuar o pagamento, acreditamos que será um importante fator na hora de decisão de compra.

4.5 Dimensão e Tendências do Mercado

Analisando o presente contexto da sociedade, podemos perceber uma tendência das pessoas preferirem efetuar suas compras online. Alguns exemplos como o aplicativo de zona azul, Uber e Ifood. E o que faz as os consumidores a terem essa preferência é a praticidade, pois é muito mais fácil você simplesmente abrir seu celular e pedir um carro ou efetuar o pagamento da zona azul ao invés de ter que ir atrás de um papel que lhe dá o direito de estacionar naquele determinado local, como era feito há um tempo atrás. Consequentemente podemos observar que de acordo com estatísticas de 2019, aproximadamente 259 bilhões de aplicativos são baixados por pessoas na Play Store e na Apple Store. Na cidade de São Paulo, segundo estudo feito pela Companhia de Engenharia de Tráfego (CET), há 7,4 veículos motorizados para cada 10 habitantes.

4.6 Problemas

Por sermos uma empresa nova e por ser um setor pouco explorado, nosso principal desafio seria gerar confiança e credibilidade para os clientes ao contratar nossos serviços. Tanto para o locatário que teria que deixar seu automóvel em um ambiente desconhecido, mas principalmente ao locador que terá que liberar a entrada de um inquilino dentro de sua residência.

4.6.1 Solução

Com intuito de criar credibilidade aos nossos clientes, criamos um planejamento estratégico de Marketing de divulgação, visando melhorar a imagem da empresa perante a nossa organização. Com parcerias com grandes empresas, como Waze e Ebanx, fornecendo segurança em transações bancárias, marketing digital. Assim, consequentemente fazendo com que nossos clientes se sintam seguros ao contratar nossos serviços

Concorrência

5.1 Posicionamento Competitivo

O posicionamento competitivo que nossa empresa aplica e de ter um serviço de extrema qualidade que oferecemos aos nossos clientes, possuindo um diferencial em relação aos concorrentes em de oferecer uma experiência mais dinâmica e de maior

compreensão dos usuários, tanto para os locadores quanto para os locatários. Com esses diferenciais no uso do aplicativo torna-se mais fácil ter a preferência dos clientes.

5.1.2 Concorrente

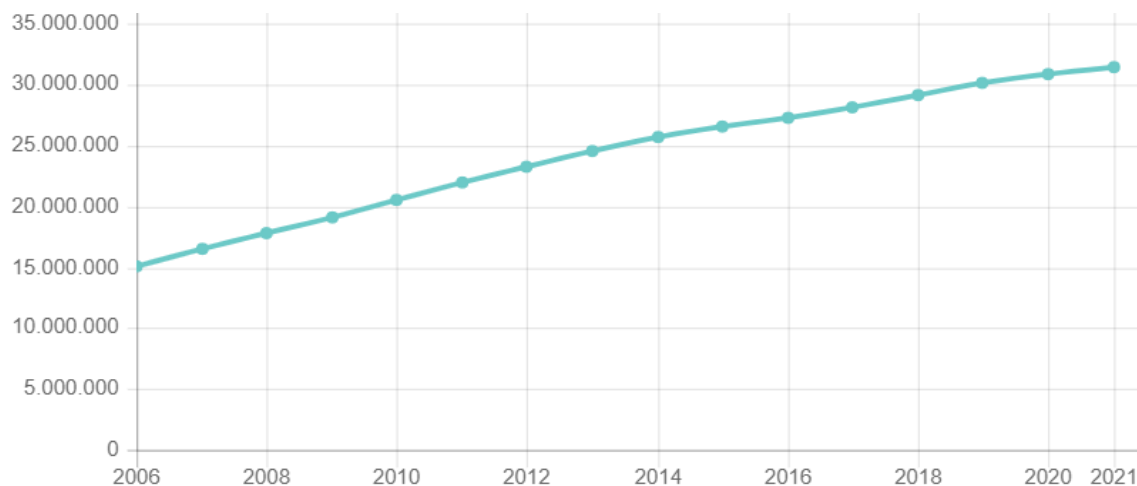
Temos como principal concorrente a Unpark como proposta inicial de aluguel de vagas. A Unlog é uma empresa guarda-chuva, na qual a Unpark faz parte como um projeto futuro de aluguel de vagas. Temos como principal diferencial a questão da segurança, que será gerado um código, tanto para o locatário quanto para o locador, no momento que o locatário chegar no local vaga.

5.2 Distribuição das Participações de Mercado

Por estarmos em um segmento de mercado que cada vez mais está se expandindo, não apenas na cidade de São Paulo, mas vimos o crescimento em todo Brasil. Temos grandes capacidades de capturar uma margem no mercado. De forma que nosso posicionamento competitivo está extremamente entrelaçado com o de satisfazer nossos clientes, para que assim seja o serviço favorito dos consumidores.

5.3 Barreiras de Entrada

O segmento em que a empresa atua tem um grande número de concorrentes, porém notamos que está em crescimento. As grandes empresas são as principais barreiras de entrada nesse setor, unido com novas empresas que desejam entrar no mercado. Contudo com o crescimento no número de carros principalmente na cidade de São paulo, há uma tendência decrescente no número de clientes, sendo necessário captar esses novos clientes no mercado assim conquistando o favoritismo do público.



Fonte: IBGE- Frota de Veículos na cidade de São Paulo

5.4 A Concorrência Futura

O setor de estacionamento já tem grandes players no mercado como Estarpar e MultiPark, entretanto com o grande crescimento no número de veículos na cidade de São Paulo aumenta a probabilidade de ter novas ideias que podem trazer inovações dentro do mercado assim gerando novos concorrentes e mudanças na estrutura do mercado.

Como por exemplo a criação de um Aplicativo que informa a disponibilidade de vagas nos estacionamentos privados.

Marketing e Estratégias de Vendas

6.1 A mensagem da empresa

Facilitar a vida dos clientes, tanto no quesito de falta de vagas quanto no quesito renda extra. Uma vez que nosso objetivo é fazer com que as pessoas tenham uma renda extra com algo que não está sendo utilizado e ao mesmo tempo reduzir o problema de falta de vagas em grandes cidades.

6.2 Veículos de Marketing

Como se trata de um aplicativo, nossos clientes irão nos encontrar nas lojas de aplicativos presente nos seus celulares. Mas para que o cliente fique ciente do nosso serviço oferecido nós utilizaremos diversos meios de comunicação, como por exemplo:

- Google ADS (mapeamento do público)
- YouTube ADS
- Redes Sociais (instagram, facebook, tiktok)

6.3 Parcerias estratégicas

De início nós faremos uma parceria com a Waze, com a finalidade de utilizar seu mapa para mostrar onde estão as vagas disponíveis na região requisitada. Assim facilitando o processo de procura de vaga que nossos clientes teriam que passar, pois assim que estiver chegando ao seu destino poderá procurar uma vaga livre no mapa do Waze mesmo reduzindo a dificuldade de ficar procurando vagas.

Além do Waze, iríamos fazer uma parceria com a EBANX. A parceria com a EBANX terá como objetivo usar a plataforma de pagamentos para mediar a relação entre cliente e empresa. Onde o cliente poderá escolher a forma de pagamento de sua preferência e a empresa parceira finalizará o processo.

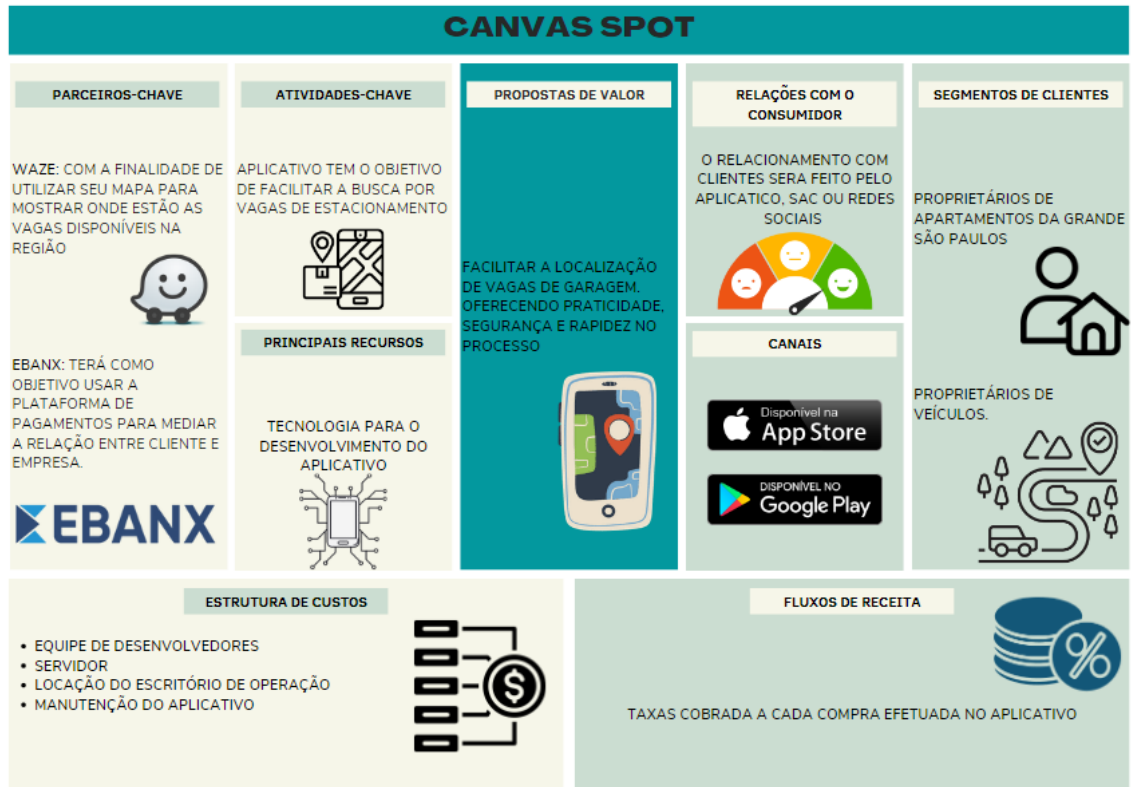
6.4 Força e estrutura de vendas

Na SPOT a estrutura de vendas é um dos principais pilares da empresa, com esforços e investimentos no setor comercial com a finalidade de conseguir bater metas estipuladas. Como o projeto se trata de um aplicativo não terá a necessidade de ter funcionários treinados em vendas para de fato efetuar-las, porém será fundamental ter conhecimento no assunto para tornar viável nosso negócio, fazendo ajustes de preços, taxas etc. Em um momento inicial nossa precificação será em cima do tempo em que o consumidor vai usar a vaga. O valor será de R\$7,99 por uma hora de uso.

6.5 Premissas de vendas

Nosso projeto inicialmente terá São Paulo capital como localização de atuação, principalmente por conta do grande número populacional, gerando uma oportunidade no ramo, porém futuramente expandir para novas regiões. Nesse momento inicial teríamos como foco conquistar clientes, fazer com que as pessoas conheçam sobre o aplicativo e suas funcionalidades, através das redes sociais e anúncios na plataforma Google ADS. Teremos foco na diversificação de produtos também, como por exemplo, aluguel de salas comerciais. Planejamos também fechar parceria com empresas com frotas de carros com necessidade de estacionar em zonas residenciais, assim podendo parar nas vagas disponíveis no aplicativo.

Modelo Canvas SPOT



Operações

8.1 Instalações

A empresa ficará situada em uma sala comercial em São Paulo, onde todos os setores operacionais, táticos e estratégicos serão instalados. Sendo eles o Recursos Humanos, Marketing, Desenvolvimento, Pesquisa, Administrativo, Compras, Vendas, SAC/Suporte. Devido ao tamanho da empresa, o espaço será estruturado conforme o investimento, impacto e prioridade de cada setor dentro da cadeia produtiva.

8.2 Funcionamento

Com a sede totalmente operacional, as operações da empresa serão conduzidas e controladas a partir do escritório e home office. O monitoramento do Aplicativo, como sua estabilidade, suporte ao cliente e outras atividades, será supervisionada por uma equipe de desenvolvedores, além de monitorar o desenvolvimento de melhorias no Aplicativo para facilitar um melhor atendimento ao cliente. Já para o funcionamento do aplicativo nós terceirizaríamos um servidor.

8.3 Tecnologia e equipamentos

Por sermos um aplicativo de prestação de serviço a tecnologia e a peça-chave em nosso negócio, estar antenados às novidades do ramo tecnológico é primordial para nossa empresa.

Será realizado investimentos em equipamentos, buscando que todos dentro da empresa tenham condições de executarem suas tarefas sem problemas. Focando principalmente no setor de Desenvolvimento, uma das principais áreas da empresa.

8.4 Mão de obra

Em um momento inicial seria necessária uma equipe com 7 funcionários, com o objetivo de manter o aplicativo em funcionamento, atualizado e com uma boa divulgação.

- Três desenvolvedores – manter o app operacional e atualizado. Sendo um desenvolvedor Senior, um Plenum e um Júnior(auxiliar nas dependências técnicas do suporte) .
- Assistente Administrativo – auxiliar nas dependências administrativas, auxiliar com dados financeiros para ajudar na tomada de decisões da empresa
- Analista de Segurança – gerenciar as políticas e práticas de segurança no aplicativo.
- Analista de Marketing – gerencia a imagem e divulgação do app e as vendas da organização.
- Analista de Suporte - gerenciar problemas relatados pelos clientes, feedbacks e avaliações de clientes.

8.5 Fornecimento e distribuição

O aplicativo tem como premissa de indicar vagas para estacionar perto do destino final do cliente em condomínios/casas com vagas para aluguel temporário. Sendo assim nossos principais fornecedores são os condomínios/casas com vagas para aluguel, em que os serviços que prestamos seja como um facilitador para ambas as partes.

8.6 Processo de serviço ao cliente (passo a passo)

1. Registro e criação de conta: O cliente baixa o aplicativo e cria uma conta fornecendo suas informações pessoais, como nome, endereço de e-mail, número de telefone, método de pagamento.
2. Explorar as opções: O cliente acessa o aplicativo e navega procurando a melhor opção de vaga na região de sua preferência. O app também pode filtrar as informações para mostrar apenas os locais de sua preferência, preço, disponibilidade de tempo necessário e tamanho do veículo.
3. Reserva da vaga: Uma vez que o cliente achar a vaga de sua escolha, ele a seleciona, assim o aplicativo disponibiliza as demais informações sobre a vaga, como: localização, preço, disponibilidade.
4. Pagamento: O cliente realiza o pagamento através do método escolhido durante o registro da conta. Isso pode ser feito utilizando um cartão de crédito, cartão de débito ou outras opções de pagamento eletrônico disponíveis inseridas na plataforma EBANX, uma das parceiras da empresa.
5. Confirmação da reserva: Após o pagamento, o cliente recebe uma confirmação da reserva através do aplicativo. Essa confirmação geralmente inclui informações sobre a vaga de carro, data e horário da reserva e detalhes de contato do proprietário ou empresa responsável pela vaga.
6. Comunicação com o proprietário: Se houver alguma dúvida ou necessidade específica, o cliente pode entrar em contato com o proprietário da vaga de carro através de um recurso de mensagens dentro do aplicativo. Isso permite que eles discutam detalhes adicionais, como a entrega das chaves, instruções específicas de estacionamento, etc.
7. Uso da vaga de carro: No dia e horário da reserva, o cliente dirige-se ao local da vaga e estaciona o carro conforme as instruções fornecidas pelo proprietário. O aplicativo pode fornecer um recurso de navegação para ajudar o cliente a chegar ao local corretamente.

8. Check-in e check-out: Ao chegar à vaga, o cliente deverá usar o aplicativo para fazer o check-in através de um código de confirmação gerado no app, confirmando que ele chegou ao local e está ocupando a vaga reservada. Caso o motorista demore mais de dez minutos para deixar o local da vaga será enviada uma notificação ao locador. Após o uso, ao deixar a vaga, o cliente faz o check-out no aplicativo para liberar a vaga para outros usuários, e na saída também terá uma notificação de dez minutos de tolerância.

9. Avaliação e feedback: Após o uso da vaga de carro, o cliente tem a opção de deixar uma avaliação e fornecer feedback sobre sua experiência com o proprietário e a qualidade do serviço em geral. Essas avaliações ajudam outros usuários a tomar decisões informadas ao escolher uma vaga de carro no futuro.

10. Suporte ao cliente: Durante todo o processo, o cliente pode entrar em contato com o suporte ao cliente do aplicativo por meio de um canal de comunicação dedicado, como chat ao vivo, e-mail ou telefone. O suporte ao cliente está disponível para responder perguntas, resolver problemas ou lidar com qualquer outra preocupação que o cliente possa ter.

8.7 Processo de serviço ao cliente (passo a passo) Locador

1. Registro e criação de conta: O cliente baixa o aplicativo e cria uma conta fornecendo suas informações pessoais, como nome, endereço de e-mail, número de telefone, dados bancários para recebimento documento e localização e disposição da vaga.
2. Uma vez que o locatário selecionar a vaga desejada, o locador receberá uma notificação, assim podendo confirmar o aluguel ou até mesmo negar. Se for decidido seguir, será disponibilizado demais informações sobre a vaga. Para o locatário conseguir localizar e estacionar o veículo.
3. Pagamento: no caso do locador como ele receberá o pagamento, será gerado um crédito dentro do aplicativo, podendo sacar o montante de dinheiro

acumulado da forma de preferência (PIX, depósito bancário e/ou manter o crédito no app para utilizar dentro do mesmo).

4. Confirmação da reserva: Após o pagamento, o cliente recebe uma confirmação da reserva através do aplicativo. Essa confirmação geralmente inclui informações sobre motorista, data e horário da reserva e detalhes de contato do locatário.
5. Comunicação com motorista: Se houver alguma dúvida ou necessidade específica, o cliente pode entrar em contato com o motorista através de um recurso de mensagens e/ou ligações dentro do aplicativo. Isso permite que eles discutam detalhes adicionais, como a entrega das chaves, instruções específicas de estacionamento, etc.
6. Check-in e check-out: Ao chegar à vaga, o cliente deverá usar o aplicativo para fazer o check-in através de um código de confirmação gerado no app, confirmando que ele chegou ao local e está ocupando a vaga reservada. Caso o motorista demore mais de dez minutos para deixar o local da vaga será enviada uma notificação ao locador. Após o uso, ao deixar a vaga, o cliente faz o check-out no aplicativo para liberar a vaga para outros usuários, enviando um alerta de confirmação de check out ao locador e na saída também terá uma notificação de dez minutos de tolerância.
7. Avaliação e feedback: Após o uso da vaga de carro, o cliente tem a opção de deixar uma avaliação e fornecer feedback sobre sua experiência com o motorista. Essas avaliações ajudam outros usuários a tomar decisões informadas ao decidir se irá disponibilizar a vaga.
8. Suporte ao cliente: Durante todo o processo, o cliente pode entrar em contato com o suporte ao cliente do aplicativo por meio de um canal de comunicação dedicado, como chat ao vivo, e-mail ou telefone. O suporte ao cliente está disponível para responder perguntas, resolver problemas ou lidar com qualquer outra preocupação que o cliente possa ter.

8.8 Atendimento ao cliente

O setor de atendimento ao cliente, buscaremos ser o melhor possível em nossa organização. Pois assumimos que o feedback de nossos clientes é o que nos dará maior evolução da empresa em curto prazo. Nossos clientes podem ter diversos meios de nos contatar, pelo próprio aplicativo com perguntas frequentes, SAC de texto, e via redes sociais, como Whatsapp, Facebook, Instagram, etc.

8.9 Controle e qualidade (monitoramento, reclamação, ambiente ext. e int.)

O controle de qualidade será moldado conforme nosso código de conduta organizacional, possuindo um padrão de atendimento, desenvolvimento e evolução organizacional. Buscando manter um ambiente *Work-life balance*, para todos nossos colaboradores.

Qualquer erro encontrado em um desses pontos, será rapidamente atualizado para que não tenha uma quebra do processo organizacional. Assim evitando problemas, presentes e futuros da empresa.

8.10 Questões ambientais

Com relação às questões ambientais, a Spot possui um de seus principais princípios, o cuidado com meio ambiente. O ambiente organizacional será definido, para uma busca constante de melhora na empresa. Com o objetivo de transmitir esse princípio ambiental para toda nossa cadeia, desde nossos fornecedores, colaboradores a clientes finais.

8.11 Sistema de controle de informação

Os dados que nossos clientes fornecem a nós é primordial para o funcionamento do negócio. Sendo assim, a proteção e manutenção desses dados é a prioridade na

questão de controle de informação. Podendo usar essa base de dados para para controle de informação interna e traçar rotas de novas estratégias.

Por nos tratarmos com uma empresa de cunho tecnológico, o grupo de desenvolvimento tecnológico está sempre a par das novas tecnologias que possam fazer com que nosso aplicativo evolua em proteção dos dados, sendo um ambiente seguro para os clientes e a própria empresa.

8.12 Sistema de segurança

Para garantir a segurança de todos, tanto do locatário quanto do locador, temos alguns protocolos de segurança.

- Cadastro para Locador: Documentos (RG, CPF, e ou Passaporte) Telefone, e-mail, endereço, descrição da vaga, foto do rosto, foto da vaga, autorização do condomínio, autorização proprietário da casa.

- Cadastro para Locatário: Documentos (RG, CPF, CNH, e ou Passaporte) Telefone, e-mail, endereço, antecedentes, descrição do veículo (Foto e número da placa, modelo e cor do automóvel) foto do rosto.

Faremos a validação desses cadastros de forma meticulosa, visto que é um ponto muito importante do funcionamento de toda a operação.

Após finalizar e autorizar o cadastro, o cliente poderá usufruir das finalidades do aplicativo. No momento em que o locatário alugar a vaga o locador receberá um código para que o locatário no momento que chegar no destino confirme o código no aplicativo para ser liberado sua entrada. Após estacionar seu veículo será necessário uma foto do mesmo no lugar correto da vaga alugada, tendo uma tolerância de dez minutos para sair do ambiente, caso contrário será enviado uma notificação ao locador.

Administração e Organização

9.1 Sócios-fundadores/funcionários-chave

- A estrutura base da empresa se baseia em dois sócios-fundadores, empresas terceirizadas para criação e estruturação tecnológica do aplicativo e servidores e um desenvolvedor Sênior contratado pela empresa.
- Derek Brian - Sócio da empresa Diretor Administrativo com foco no financeiro, segurança dos dados. Em processo de graduação em Administração de empresas, na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
- Daniel Barroso - Sócio da empresa Diretor Comercial com foco no, Marketing, vendas e suporte. Em processo de graduação em Administração de empresas, na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

9.2 Gestão da empresa

A estrutura organizacional da empresa se baseia em departamentalização por processo. Segue ilustração.



9.3 Estilo de administração/cultura corporativa

A empresa preza por atividades bem definidas, e acompanhadas, buscando sempre uma melhoria contínua na organização. Investindo em planejamento para obter um maior desempenho. (A Spot busca opções e rapidez para auxiliar nossos clientes a encontrar vagas para estacionar e de gerar renda extra, mantendo a privacidade e respeito dos nossos usuários e parceiros.) Ter um ambiente de trabalho saudável, buscando uma vida balanceada para todos, com sistema de trabalho híbrido a todos os colaboradores.

Plano de saída e de desenvolvimento

10.1 Objetivos da empresa a longo prazo

A princípio a Spot terá como objetivo principal expandir a área de atuação. No início o funcionamento do aplicativo será restrito para a cidade de São Paulo, porém visamos a expansão para mais metrópoles como Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife e possivelmente cidades do interior. Assim tendo um aumento exponencial no número de acessos ao aplicativo e consequentemente no número de clientes.

Com o crescimento da empresa e com o reconhecimento do grande público, pretendemos entrar no negócio de aluguel de salas comerciais com foco no nicho de mercado de Coworking, casas, apartamentos residenciais, espaços de armazenamento logístico nas grandes metrópoles.

10.2 Estratégia de Crescimento

Nossa estratégia inicial será baseada em desenvolver um produto de qualidade e excelência e aquisição de novos usuários. Inicialmente identificamos o público-alvo, assim definimos onde investir nossos recursos de forma otimizada. Será necessário um bom investimento em marketing com o propósito de nosso aplicativo chegar às pessoas para que elas fiquem sabendo de nosso app e se tornem clientes em potencial, por isso a importância de sabermos bem o nosso público-alvo. Precisamos de um monitoramento preciso das atividades do app, saber o feedback dos clientes, resolver falhas e bugs assim que detectados e dar suporte aos usuários. Uma estratégia que é válida abordar seria o incentivo aos usuários através de cupons, indicações de amigos ou até recursos exclusivos dentro do app. Por fim, investimos em parcerias com empresas do mesmo ramo, assim ganhando mais visibilidade.

10.3 Ambiente de atuação

O ambiente em que nossa empresa está situada está em constante crescimento, principalmente com esse novo modelo de moradia de apartamentos pequenos e sem garagem nos condomínios, o que gera uma grande procura por vagas de estacionamentos. A organização se encontra em um nicho de mercado até então pouco explorado pelo mercado.

10.4 Avaliação dos Riscos

Para nossa empresa se estabelecer no mercado, teremos que ultrapassar alguns riscos, tais como a confiança dos consumidores que não conhecer e ou não acreditar em uma empresa nova, grandes corporações presentes em um ramo mercadológico parecido que poderia dificultar nossa entrada no mercado, pois possuem uma estrutura e equipe muito mais estruturada e já possuem reconhecimento do mercado e dos consumidores.

Análise Financeira

11.1 Fundos necessários

Fundos necessários				
Fundos necessários para o negócio		Valor	Depreciação	
Ativos Fixos			Vida útil	Valor anual
	Imobilizados			
	Construções			0,00
	Benfeitorias			0,00
	Equipamentos			0,00
	Item 1	180.000,00	5,00	36.000,00
	Item 2			0,00
	Item 3			0,00
	Item 4			0,00
	Item 5			0,00
Total Ativos Fixos		180.000,00		36.000,00
Capital Operacional		700.000,00		
Capital de Giro (dinheiro em caixa)		150.000,00		
		700.000,00		

11.2 Fonte de Recursos

FONTE DE RECURSOS				
Fonte de Recursos	Composição		Taxa	
	%		Total	Prazo
Capital próprio	0,00%			
Empréstimo ou dívida adicional				
	Empréstimo 1	100,00%	700.000	15,00%
	Empréstimo 2	0,00%		24,00
Total de Fonte de Recursos	100,00%		\$ 700.000	

CMPC					
	Valor - R\$	%	Custo (% aa)		
Capital Próprio (Capm)	-			RM	20,00%
Capital de Terceiros - Banc	700.000,00	100%	15%	SELIC	12,50%
				IPCA	13,00%
				RF	-0,44%
				Beta	1,00
				CAPM	20,00%
CMePC (WACC)	700.000,00	100%	15,00%		

Na tabela acima, analisamos as fontes de recurso iniciais para início do projeto. Com um empréstimo bancário de R\$700.000,00

11.3 Amortização

Spot

CÁLCULO DA AMORTIZAÇÃO DOS EMPRÉSTIMOS BANCÁRIOS

EMPRÉSTIMO 1 SAF Taxa (am): 1,17%

Meses	Prestação	Juros	Amortização	Saldo Devedor
0				700.000,00
1	33.628,17	8.200,44	25.427,73	674.572,27
2	33.628,17	7.902,56	25.725,61	648.846,66
3	33.628,17	7.601,18	26.026,98	622.819,68
4	33.628,17	7.296,28	26.331,89	596.487,79
5	33.628,17	6.987,80	26.640,36	569.847,43
6	33.628,17	6.675,72	26.952,45	542.894,97
7	33.628,17	6.359,97	27.268,20	515.626,78
8	33.628,17	6.040,52	27.587,64	488.039,13
9	33.628,17	5.717,34	27.910,83	460.128,30
10	33.628,17	5.390,36	28.237,80	431.890,50
11	33.628,17	5.059,56	28.568,61	403.321,89
12	33.628,17	4.724,88	28.903,29	374.418,60
13	33.628,17	4.386,28	29.241,89	345.176,72
14	33.628,17	4.043,72	29.584,45	315.592,27
15	33.628,17	3.697,14	29.931,03	285.661,24
16	33.628,17	3.346,50	30.281,67	255.379,56
17	33.628,17	2.991,75	30.636,42	224.743,15
18	33.628,17	2.632,85	30.995,32	193.747,83
19	33.628,17	2.269,74	31.358,43	162.389,40
20	33.628,17	1.902,38	31.725,79	130.663,61
21	33.628,17	1.530,71	32.097,46	98.566,15
22	33.628,17	1.154,69	32.473,47	66.092,68
23	33.628,17	774,27	32.853,90	33.238,78
24	33.628,17	389,39	33.238,78	-
TOTAL	807.076,04	107.076,04	700.000,00	

77.956,63 Juros

29.119,42 Juros

Mostramos o total de juros pagos no total de 24 meses.

11.4 Investimento inicial

Investimento inicial (Ano 1)	
Aluguel	60.000,00
Água	5.000,00
Telefone/Comunicações	3.000,00
Capital de giro	150.000,00
Desenvolvimento do App	220.000,00
Computadores	50.000,00
Salários (2 primeiros meses)	87.933,33
Investimento em divulgação	93.000,00
Total	668.933,33

Aproximadamente R\$ 700.000,00

11.4 Projeção de receita líquida de vendas

PROJEÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS												
Produtos/Serviços	(MODELO PROJEÇÃO DE DEMANDA) Quantidade vendida /mês	Preço unitário líquido	Receita líquida mensal	Ano 1 Receita líquida	% Variação	Ano 2 Receita líquida	% Variação	Ano 3 Receita líquida	% Variação	Ano 4 Receita líquida	% Variação	Ano 5 Receita líquida
A	18.350	7,99	146.616,50	1.759.398,00	48%	2.595.112,05	56%	4.054.862,58	75%	7.100.064,37	86%	13.207.889,78
Total			146.616,50	1.759.398,00	47,5%	2.595.112,05	56,3%	4.054.862,58	75,1%	7.100.064,37	86,0%	13.207.889,78

Na tabela acima analisamos a projeção da receita líquida de vendas nos 5 primeiros anos, onde podemos observar um aumento constante nas vendas.

11.5 Capital de giro

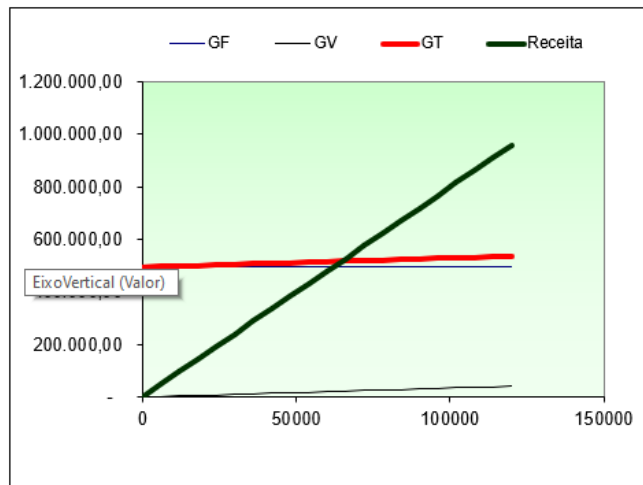
Capital de Giro									
				Vendas Ano	1.759.398,00	2.595.112,05	4.054.862,58	7.100.064,37	13.207.889,78
				SALDOS BALANÇO					
					ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Prazo Médio dos Recebíveis (dias)	30	Contas a Receber		146.616,50	216.259,34	337.905,21	591.672,03	1.100.657,48	
				Compras Ano	703.759	1.038.045	1.621.945	2.840.026	5.283.156
Prazo Médio dos Pagamentos (dias)	30	Contas a Pagar		58.647	86.504	135.162	236.669	440.263	
Prazo Médio dos Estoques (dias)	30	Estoques		58.647	86.504	135.162	236.669	440.263	
Capital de Giro Líquido		AC - PC		146.617	216.259	337.905	591.672	1.100.657	

11.6 Compras previstas

COMPRAS PREVISTAS				
Produto A				
MPI	Unidade	Quantidade	\$ Unitário	Total
Computadores Desenvolvedor		3,00	10.000,00	30.000,00
Computador Comercial		4,00	5.000,00	20.000,00
				-
				-
				-
				-
TOTAL				50.000,00

11.7 Ponto de equilíbrio

Descrição	\$
Custos Fixos Totais (CF)	495.000,00
Custo Variável Unitário (CV)	0,34
Preço de Venda Unitário	7,99
Vendas atuais (qtde)	220.407
Intervalo do gráfico	
	6000
Ponto de Equilíbrio (q)	64.706
Ponto de Equilíbrio (\$)	517.000,00
Margem Segurança (Qtde)	155.701,12
Margem Segurança (\$)	1.244.051,93
Margem Segurança (%)	71%



DRE - PROVÁVEL		AV
VENDA = 600 unidades	1.761.051,93	100,00%
DESPESAS VARIÁVEIS	74.938,38	4,26%
MARGEM CONTRIBUIÇÃO	1.686.113,55	95,74%
DESPESAS FIXAS	495.000,00	28,11%
LUCRO	1.191.113,55	67,64%
MARGEM LUCRO	67,64%	

DRE - PTO EQUILÍBRIO		AV
VENDA = 500 unidades	517.000,00	100,00%
DESPESAS VARIÁVEIS	22.000,00	1,25%
MARGEM CONTRIBUIÇÃO	495.000,00	28,11%
DESPESAS FIXAS	495.000,00	28,11%
LUCRO	0,00	0,00%
MARGEM LUCRO	0,00%	

Nas tabelas fizemos uma breve análise do ponto de equilíbrio, para o quanto teríamos que vender para manter o caixa saudável.

11.8 Salário e Remuneração

Spot Garage						
Salários e Remunerações						
Salários e despesas relacionadas	Mensalmente	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Variação % (aumento real)		0%	8%	9%	7%	9%
Salários e Remunerações						
Pró-labore	\$ 5.000	60.000	64.800	70.632	75.576	82.378
Salários						
Desenvolvedor Sênior	7.500	90.000	97.200	105.948	113.364	123.567
Desenvolvedor Plenum	6.500		78.000	85.020	90.971	99.159
Desenvolvedor Júnior	4.500	54.000	58.320	63.569	68.019	74.140
Assistente Administrativo	2.000	24.000	25.920	28.253	30.230	32.951
Analista de Segurança de dados	2.700	32.400	34.992	38.141	40.811	44.484
Analista de Marketing Sênior	3.500	42.000	42.000	45.780	48.985	53.393
Analista de Vendas Sênior	2.000	24.000	25.920	28.253	30.230	32.951
Férias	2.392	28.700	30.996	33.476	36.154	39.046
13º salário	2.392	28.700	30.996	33.476	36.154	39.046
Remunerações		-	-	-	-	-
Total salários e remunerações	38.483	383.800	489.144	532.547	570.495	621.116
Impostos sobre salários e benefícios	TAXAS					
INSS	27,00%	10.391	103.626	132.069	143.788	154.034
Convênio médico	2,00%	770	7.676	9.783	10.651	11.410
Previdência Social	8,00%	3.079	30.704	39.132	42.604	45.640
Seguro	1,00%	385	3.838	4.891	5.325	5.705
FGTS	8,00%	3.079	30.704	39.132	42.604	45.640
Outros		10.391	-	-	-	-
Total Impostos sobre Salários e Benefícios	28.093	176.548	225.006	244.972	262.428	285.714
	97,56%	71,68%	67,19%	66,99%	67,19%	67,00%
Total Salários e Impostos	66.576	560.348	714.150	777.519	832.922	906.830

Projeção de salário para toda a organização de todos os direitos trabalhistas dos próximos 5 anos.

11.9 DRE

Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)					
Ano	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Receita Bruta	1.759.398,00	2.595.112,05	4.054.862,58	7.100.064,37	13.207.889,78
(-) Deduções					
Receita Líquida Total	1.759.398,00	2.595.112,05	4.054.862,58	7.100.064,37	13.207.889,78
Custo das Vendas	703.759,20	1.038.044,82	1.621.945,03	2.840.025,75	5.283.155,91
Lucro Bruto	1.055.638,80	1.557.067,23	2.432.917,55	4.260.038,62	7.924.733,87
Despesas Fixas Operacionais	1.022.896,00	1.309.956,48	1.724.122,32	2.051.926,35	2.405.921,41
Aluguel	60.000,00	60.000,00	85.000,00	85.000,00	85.000,00
Água	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Telefone/Comunicações	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Salários	560.348,00	714.150,24	777.518,68	832.922,48	906.829,81
Impostos sobre Salários	176.548,00	225.006,24	244.971,64	262.427,63	285.713,50
Softwares e rede (Servidor)	120.000,00	200.000,00	500.000,00	750.000,00	1.000.000,00
Pró-labore	60.000,00	64.800,00	70.632,00	75.576,24	82.378,10
Amortização das despesas de start-up	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Depreciação	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00
Resultado Operacional = EBIT	32.742,80	247.110,75	708.795,23	2.208.112,28	5.518.812,46
Despesas não Operacionais	77.956,63	29.119,42	0,00	0,00	0,00
Juros sobre Empréstimos	77.956,63	29.119,42			
Outras					
Lucro antes do IR (LAIR)	-45.213,83	217.991,33	708.795,23	2.208.112,28	5.518.812,46
IR					
CSLL					
LAIR					
Lucro Líquido	-45.213,83	217.991,33	708.795,23	2.208.112,28	5.518.812,46
(+) Depreciações	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00
(=) Fluxo de Caixa Operacional	-9.213,83	253.991,33	744.795,23	2.244.112,28	5.554.812,46

11.10 WACC

WACC (CUSTO DE CAPITAL) aa = 15,00%			
Ano	Fluxos de Caixa	VP FI Caixa	Valor a Recuperar
0	(700.000)	(700.000)	(700.000)
1	(9.214)	(8.012)	(708.012)
2	253.991	192.054	(515.958)
3	744.795	489.715	(26.243)
4	2.244.112	1.283.078	1.256.835
5	5.554.812	2.761.724	4.018.559

Referências Bibliográficas

TEODORO, Maria Cecília Máximo. Disrupção, economia compartilhada e o fenômeno Uber. PUC Minas, Minas Gerais, 24 de Abril, 2017. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/Direito/article/view/>> Acessado em: 14 de setembro 2022

VILLANOVA, Ana Luisa Ilha. Modelos de negócio na economia compartilhada: uma investigação multi-caso. FGV, Rio de Janeiro, 21 de Dezembro de 2015. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/15184>> Acessado em: 14 de setembro 2022

LISBOA, Armando de Melo. Economia compartilhada/economia solidária: interfaces, continuidades, descontinuidades. Revista NECAT, Santa Catarina, 4 de novembro de 2020. Disponível em: <<https://ojs.sites.ufsc.br/index.php/revistanecat/article/view/4418>> Acessado em: 14 de setembro 2022

CAPOZZI, Alexandre. HAYASHI, Gustavo. CHIZZOLA, Renata. Economia Compartilhada. PUC SP, São Paulo 2018. Disponível em: <<https://www.pucsp.br/sites/default/files/download/bisus2018-vol1-economia-compartilhada.pdf>> Acessado em: 14 de setembro 2022

SANTOS, Adriano. Brasil, segundo país onde o mercado de aplicativos mais cresce. Terra, São Paulo, 18 de Maio de 2020. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/brasil-segundo-pais-onde-o-mercado-de->>

aplicativos-mais-cresce,1fd9d38aa995ad8ca1243f6c58080f79u2ee8tfj.html>

Acessado em 10 de Novembro de 2022

SERRALVO, Antonio Francisco. FURRIER, Marcio Tadeu. Fundamentos do Posicionamento de Marcas – Uma Revisão Teórica. PUC SP São Paulo. Disponível em:<http://sistema.semead.com.br/7semead/paginas/artigos%20recebidos/marketing/MKT65_-_Posicionamento_de_marcas.PDF> Acessado em 10 de Novembro de 2022